



KPMG S.A.
Siège social
Tour EQHO
2 Avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex
France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66
Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60
Site internet : www.kpmg.fr

Orange S.A.

Rapport de l'un des commissaires aux comptes sur une sélection d'éléments publiés dans le Rapport RSE détaillé 2017

Exercice clos le 31 décembre 2017

Orange S.A.

78, rue Olivier de Serres 75015 Paris

Ce rapport contient 6 pages

Annexes 17 pages



KPMG S.A.
Siège social
Tour EQHO
2 Avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex
France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66
Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60
Site internet : www.kpmg.fr

Orange S.A.

Siège social : 78, rue Olivier de Serres 75015 Paris
Capital social : €. 10 640 226 396

Rapport de l'un des commissaires aux comptes sur une sélection d'éléments publiés dans le Rapport RSE détaillé 2017

Exercice clos le 31 décembre 2017

A l'attention de la Direction Générale d'Orange S.A.,

A la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de commissaire aux comptes de la société Orange S.A., nous avons mené des travaux sur une sélection d'éléments publiés dans les sections qui composent la page « Rapport RSE détaillé 2017 » (ci-après le « Rapport RSE détaillé 2017 ») du site internet d'Orange le 29 mai 2018 tels que jointes au présent rapport (ci-après les « Eléments Vérifiés »). Ces éléments sont les suivants :

- (1) La description faite par Orange dans la section « Notre démarche » du respect des principes d'inclusion, de matérialité et de réactivité, tels qu'énoncés dans la norme AA1000 APS¹ (2008), dans le processus d'élaboration des sections qui composent le Rapport RSE détaillé 2017 du site Internet d'Orange (« **les Principes** »),
- (2) La description faite par Orange dans la section « Bilan des réalisations 2017 » de l'état d'avancement des objectifs fixés dans la feuille de route du Rapport RSE détaillé 2017 (« **les Principales Réalisations** »),
- (3) Les informations sociales, environnementales et sociétales sélectionnées par Orange et identifiées par le signe () et () et publiées dans les sections « Données sociales » et « Données environnementales » (« **les Informations Sélectionnées** »).

Responsabilité de la société

Les Eléments vérifiés ont été préparés sous la responsabilité de la Direction d'Orange conformément aux référentiels suivants:

- (1) Pour les Principes, la norme AA1000 APS (2008) ;
- (2) Pour les Principales Réalisations, les politiques et lignes directrices relatives à la Responsabilité d'Entreprise établies par Orange et décrites dans la colonne « Objectif » de la section « Bilan des réalisations 2017 » du Rapport RSE détaillé 2017 ;

¹ <http://www.accountability.org/standards/>

- (3) Pour les Informations Sélectionnées, l'ensemble des procédures relatives au reporting des informations de Responsabilité d'Entreprise (les « Référentiels »), disponibles pour consultation au siège de la société, dont un résumé figure dans les sections « Données sociales » et « Données environnementales » du Rapport RSE détaillé 2017.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes d'exercice professionnel et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité du commissaire aux comptes

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer :

- Une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que la description du respect des Principes (1) définis ci-avant, a été établie, dans tous les aspects significatifs, de manière sincère conformément aux référentiels mentionnés ci-dessus,
- Une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que la description des Principales Réalisations (2) et les Informations Sélectionnées identifiées par le signe () (3) ont été établies, dans tous les aspects significatifs, conformément aux référentiels mentionnés ci-dessus,
- Une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations Sélectionnées identifiées par le signe () (3) ne comportent pas d'anomalie significative de nature à remettre en cause leur conformité, dans tous leurs aspects significatifs, aux référentiels mentionnés ci-dessus.

Nos travaux ne portent que sur les Eléments vérifiés et non sur l'ensemble des sections qui composent le Rapport RSE détaillé 2017 du site internet d'Orange.

Nous avons conduit nos travaux conformément à la norme internationale ISAE 3000², à la norme AA1000 AS (2008)³ et aux normes d'exercice professionnel applicables en France.

Nos travaux répondent aux exigences d'une vérification de Type 2 selon la norme AA1000 AS (2008).

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en responsabilité sociétale.

² ISAE 3000 « Assurance Engagements other than audits or reviews of historical financial information »

³ AA1000AS (2008), norme d'assurance de l'AccountAbility.

1. Description du respect des Principes

Nature et étendue des travaux

Nous avons rencontré les personnes responsables de la responsabilité d'entreprise au niveau du siège d'Orange (Comité Exécutif et Direction de la Responsabilité Sociale d'Entreprise) et au niveau d'une sélection d'entités juridiques⁴ afin d'évaluer la nature et le degré d'adhésion de la société aux Principes.

Nous avons observé et examiné les pratiques de management, réalisé des tests et collecté et évalué les preuves documentaires au niveau du siège et des entités sélectionnées (mentionnées ci-dessus) sur la mise en œuvre de la procédure relative à :

- L'identification des parties prenantes et de leurs attentes,
- L'identification des principaux enjeux de Responsabilité d'Entreprise,
- La mise en œuvre des politiques et lignes directrices en matière de Responsabilité d'Entreprise.

Conclusion d'assurance raisonnable

A notre avis, la description, faite par Orange sur son site Internet⁵ le 29 mai 2018, du respect des principes d'inclusion, de matérialité et de réactivité de la norme AA1000 APS (2008) dans le processus d'élaboration des sections qui composent le Rapport RSE détaillé 2017 a été établie, dans tous ses aspects significatifs, de manière sincère, conformément aux référentiels mentionnés.

2. Description des Principales Réalisations

Nature et étendue des travaux

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des réalisations au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités et de ses orientations en matière de développement durable.

Pour les réalisations que nous avons considérées les plus importantes, nous avons apprécié l'état d'avancement des objectifs fixés dans la feuille de route du Rapport RSE détaillé 2017 ainsi que la présentation faite par Orange des réalisations sur son site Internet en menant des entretiens et en collectant des éléments probants au niveau du siège d'Orange et des entités concernées.

⁴ France (Orange S.A), Pologne (Orange Polska), Egypte (Orange Egypt), Sénégal (Orange Sénégal).

⁵ Section « Notre démarche » de la page « Rapport RSE détaillé 2017 » reprise dans le document joint en Annexe 1 du présent rapport.

Conclusion d'assurance raisonnable

A notre avis, la description, faite par Orange sur son site Internet⁶ le 29 mai 2018 de l'état d'avancement des objectifs fixés dans la feuille de route du Rapport RSE détaillé 2017 et des Principales Réalisations a été établie, dans tous ses aspects significatifs, conformément aux référentiels mentionnés.

3. Informations Sélectionnées

Nature et étendue des travaux

Nous avons apprécié le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur neutralité, leur clarté et leur fiabilité, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur.

Nous avons vérifié la mise en place au sein d'Orange d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations sélectionnées. Nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration de ces informations. Nous avons menés des entretiens auprès des personnes responsables du reporting de Responsabilité d'Entreprise.

Concernant les Informations Sélectionnées quantitatives :

- Au niveau de l'entité consolidante et des entités contrôlées, nous avons mis en œuvre des procédures analytiques et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation de ces Informations ;
- Au niveau des entités que nous avons sélectionnées⁷ en fonction de leur activité, de leur contribution aux informations consolidées, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons :
 - o Conduit des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et obtenir les informations nous permettant de mener nos vérifications,
 - o Mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les Informations de pièces justificatives.

Concernant les informations sélectionnées par Orange et identifiées par le signe () sur son site Internet⁸, nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits ci-dessus mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne le nombre de tests, que ceux réalisés sur les autres informations sélectionnées par Orange et identifiées par le signe ().

Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe ().

⁶ Section « Bilan RSE 2017 » de la page « Rapport RSE détaillé 2017 » reprise dans le document joint en Annexe 2 du présent rapport.

⁷ Deux entités d'OBS en Allemagne et en Angleterre et les entités suivantes : France (Orange S.A et Orange Marine), Espagne (Orange Espagne), Pologne (Orange Polska), Sénégal (Orange Sénégal), Jordanie (Orange Jordan), Egypte (Orange Egypt), Slovaquie (Orange Slovensko).

⁸ Sections « Données sociales » et « Données environnementales » de la page « Rapport RSE détaillé 2017 » reprise dans le document joint en Annexe 3 du présent rapport.

Conclusion d'assurance modérée

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les informations sélectionnées par Orange et identifiées par le signe (□) sur son site Internet⁹ le 29 mai 2018 sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels mentionnés.

Sans remettre en cause les conclusions ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant :

- Pour le calcul des indicateurs relatifs aux déchets, malgré la complexité associée au manque de maturité de certaines filières locales, Orange a poursuivi le renforcement de sa démarche d'amélioration de l'identification et de la collecte des informations d'OMEA¹⁰ pour encore gagner en exhaustivité.

Conclusion d'assurance raisonnable

A notre avis, les informations sélectionnées par Orange et identifiées par le signe (□) sur son site Internet⁹ le 29 mai 2018 ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux Référentiels mentionnés.

Paris-La Défense, le 29 mai 2018

KPMG S.A.



Anne Garans
Associée
Sustainability Services



Marie Guillemot
Associée

⁹ Voir Annexes 3 et 4 du présent rapport.

¹⁰ Orange Middle East Africa

1. Description faite par Orange sur son site Internet le 29 mai 2018, du respect des principes d'inclusion, de matérialité et de réactivité de la norme AA1000 APS (2008) dans le processus d'élaboration des sections qui composent le Rapport RSE détaillé 2017



Principes d'action
Principes d'opérationnalité : **inclusion** - **matérialité** - **réactivité** - **parties prenantes** - **intégrité** - **transparence**

Ajuster nos politiques RSE aux attentes des parties prenantes

Enjeux et valeurs fondamentales

Guidé par la recherche de valeur partagée entre Orange et la société, le Groupe appuie sa démarche RSE sur un dialogue répété et structuré avec l'ensemble de ses parties prenantes. Basé sur les principes de la norme AA1000 (inclusion – matérialité – réactivité), cette démarche active permet :

- d'assurer la cohérence des projets RSE du Groupe avec les priorités des parties prenantes ;
- d'identifier et de prioriser les risques liés aux enjeux sociaux et environnementaux des pays dans lesquels Orange exerce ses activités, s'attachant en particulier à détecter les « signaux faibles » ;
- d'identifier des opportunités d'innovation ouvrant de nouvelles perspectives de croissance pour Orange tout en soutenant le développement économique et social des pays.

Facilité de route

Orange s'est vu remettre lors du concours Trophées RSE un prix pour la qualité de son dialogue parties prenantes en décembre 2017. La réussite de cette démarche, bien que mature, réside aussi sur sa capacité à se réinventer :

- par pays : bien que la quasi-totalité des pays ait déjà mené à bien des dialogues, certains pays, notamment ceux dans lesquels Orange a récemment investi, doivent encore mettre en œuvre leurs premières sessions. Ailleurs, la relance de sessions à intervalles réguliers permet d'ajuster les politiques aux nouveaux risques ou opportunités identifiés ;
- par thèmes : des dialogues thématiques ont été menés (femmes et TIC, e-santé, enfants et technologies, m-agri). Certains doivent être encore approfondis. D'autres enjeux majeurs pour Orange seront régulièrement identifiés et traités de même ;
- au niveau du Groupe : certains enjeux revêtant un caractère transverse et particulièrement investi par le Groupe font l'objet d'une démarche tant globale et que multi-locale. Le dialogue sur l'économie circulaire a permis d'identifier les attentes en matière de éco-conception et d'extension du cycle de vie des produits.



La démarche parties prenantes dessine une matrice de matérialité consolidée pour le Groupe. La thématique la plus importante est celle de l'expérience client. Suivent 4 thèmes forts :



- la contribution au développement socio-économique local ;
 - les innovations durables ;
 - les usages sûrs de nos produits et services ;
 - l'accessibilité de nos services.
- L'environnement apparaît comme une problématique importante, mais plus en perspective (et plus en Europe qu'en Afrique et Moyen Orient).

Bon à savoir
Orange participe à des plateformes de dialogue sectorielles et spécialisées, sur :

- les droits humains au sein de la GRI ;
- les achats via la Joint Audit Coopération (JAC).

- Actualités / Initiatives**
- Dialogue par thème :
 - Dialogue Femmes et TIC : après les deux premiers dialogues qui se sont déroulés au Niger et au Sénégal, un 3ème dialogue m-women est en préparation en Guinée.
 - Dialogue Santé : le dialogue mené au Sénégal, auprès de professionnels de santé du secteur public et privé, des autorités, et de patients, a montré de fortes attentes en matière de services de diagnostic et suivi médical à distance, et de formation du personnel médical. Un dialogue e-santé est en préparation au Mali.
 - Dialogue Education : un dialogue est en préparation au Sénégal.
 - Dialogue Groupe :
 - Le dialogue sur l'économie circulaire lancé en 2016 s'est terminé en 2017, avec un focus dans quatre pays : France, Pologne, Egypte et Espagne. Il a notamment pris la forme d'un "Café numérique" pendant la COP22, sous forme de chat vidéo interactif avec un représentant du Comité Exécutif et de la Fondation Ellen McArthur (plus de 600 participants connectés, sous de 26 pays). Les attentes des parties ont été classées en relation avec les 3 enjeux suivants : transformer les produits et services fournis à nos clients, adapter nos processus et nos réseaux en interne, développer les innovations TIC pour promouvoir l'économie circulaire au sein de la société. Le dialogue a montré que les attentes les plus fortes concernent l'éco-conception des produits spécifiés par Orange et l'extension du cycle de vie des produits. La restitution des travaux de la société civile, des entretiens en face à face avec des acteurs stratégiques en interne et externe et des ateliers associant experts et salariés a eu lieu en mai 2017.
 - Un nouveau dialogue a été lancé en octobre 2017 sur le thème « précarité et numérique », sous différentes formes : café numérique, entretiens face à face, focus groupes bénéficiaires, ateliers créatifs, mobilisant plus de 150 parties prenantes (associations, personnel d'Orange, bénéficiaires...), soutenues par un groupe d'experts composé d'Emmaüs Connect (Wetechcare), ANSA, de responsables RSE d'Orange et de Renault. Les analyses et résultats du dialogue ont permis à Orange de dégager des pistes de solutions afin de répondre aux attentes identifiées. La restitution du dialogue « précarité et numérique » aura lieu en juin 2018.
 - Digital Society Forum
Orange mène également une veille active afin de mieux comprendre les attentes liées aux changements induits par le numérique, notamment à travers des think tanks, des ateliers collaboratifs ou la co-animation

2. Description, faite par Orange sur son site Internet le 29 mai 2018, des principales réalisations et de l'état d'avancement des objectifs fixés dans la feuille de route du Rapport RSE détaillé 2017

Bilan RSE 2017



Introduction : une démarche RSE inscrite dans la stratégie du Groupe	10
1 Nos Principes d'action	10
1.1 Respecter les principes éthiques et lutter contre la corruption	10
1.2 Respecter un devoir de vigilance	10
1.3 Respecter et faire respecter les droits humains	10
1.4 Renforcer l'appropriation interne des enjeux de responsabilité	10
1.5 Ajuster nos postures RSE aux attentes des parties prenantes	10
1.6 Interroger l'impact du numérique dans nos vies	14
1.7 Calcul de notre empreinte sociale	14
2 Orange, opérateur de confiance	18
2.1 Accompagner nos clients dans leur vie numérique	18
2.1.1 Offrir une expérience client incomparable	18
2.1.2 Gérer les données clients en toute confiance et aider nos clients à protéger leurs données	17
2.1.3 Accompagner les familles vers des usages sûrs, responsables et créatifs des outils numériques	17
2.1.4 Répondre aux interrogations sur les ondes radio, les usages et la santé	21
2.2 Construire une médaille d'opérateur digital et humain	23
2.3 Être exemplaire avec nos fournisseurs	27
3 Orange, au service du développement socio-économique	30
3.1 Contribuer à la réduction de toutes les formes de fractures numériques	30
3.1.1 Fracture numérique géographique	30
3.1.2 Fracture numérique liée au handicap ou à l'âge	31
3.1.3 Philosophie d'accès à l'éducation et à des loisirs culturels	31
3.2 Développer des services et talents innovants	32
3.3 Soutenir l'entrepreneuriat	34
4 Orange, acteur de la transition écologique	36
4.1 Adopter une démarche systémique	36
4.1.1 ISO 14001	36
4.1.2 Economie circulaire	36
4.2 Réduire notre empreinte carbone	37
4.2.1 Réseaux et systèmes d'information	38
4.2.2 Bâtiments tertiaires	40
4.2.3 Déplacements	40
4.3 Limiter nos impacts sur les ressources naturelles	41
4.3.1 Gestion des équipements électriques et électroniques	42
4.3.2 Collecte des mobiles	42
4.3.3 Eco-conception	43
4.3.4 Notes environnementales des produits	44
4.4 Utiliser le numérique pour la transition écologique	44

4.1 Nous inscrire dans de nouveaux modèles	44
4.2 Initiatives emblématiques	48

Introduction : une démarche RSE inscrite dans la stratégie du Groupe

Inscrite dans la stratégie du Groupe, la démarche RSE mobilise toutes les filiales autour de trois leviers de performance durable : un accompagnement en confiance des clients, un soutien local au développement économique et social de chaque territoire et une équation écologique sous contrôle.

Fondé sur l'écoute constructive des parties prenantes du Groupe, et sur une culture interne promouvant l'innovation, l'engagement d'entreprise citoyenne donne la même sens à toutes les activités : faire du numérique un accélérateur de progrès pour la société et pour chacun.

- **Orange, un guide dans le monde numérique** : le groupe Orange veille à offrir à tous ses clients la meilleure expérience des nouvelles technologies, il les accompagne et les protège dans leur vie numérique. Orange est également responsable que sa performance passe par l'attention portée à ses salariés, par le contrôle de sa chaîne d'approvisionnement et par le dialogue instauré avec ses parties prenantes.
- **Orange, un opérateur au service du progrès économique et social** : Orange lutte contre toutes les fractures numériques, qu'elles soient géographiques, économiques ou physiques. Avec ses produits et services, le Groupe cherche à répondre aux besoins essentiels de chacun et entend mettre sa technologie au service du développement des pays dans lesquels il opère. Orange soutient les initiatives digitales et les écosystèmes locaux pour l'émergence de modèles d'activités plus ouverts, collaboratifs et solidaires.
- **Orange, un acteur de la transition écologique** : l'explosion des usages rend l'équation environnementale du Groupe délicate. Orange s'engage activement à réduire ses impacts comme ceux de ses clients. Dans le même temps, le Groupe œuvre pour que l'innovation numérique facilite la transition écologique et énergétique de la société.

La démarche RSE du Groupe est pilotée par une organisation dédiée : la direction RSE Groupe, qui rend régulièrement compte au Conseil d'Administration et au Comité Exécutif. La stratégie RSE et la feuille de route pour les années à venir sont entérinées par le Comité de Gouvernance et de Responsabilité Sociale et Environnementale (CRSE) du Conseil d'Administration.

Un réseau de responsables RSE contribue au déploiement opérationnel de la démarche. Il se réunit au moins une fois par trimestre.

Sur chacun des axes rappelés ici, le Groupe Orange s'est fixé des objectifs à court, moyen et long termes - en voici le bilan pour 2017. Bonne lecture.

1 Nos Principes d'action

1.1 Respecter les principes éthiques et lutter contre la corruption

Orange s'est engagé à conduire ses activités selon des principes d'action et de comportements fondés sur le respect et l'intégrité, la qualité du service rendu et l'esprit d'équipe, conformément à sa charte de déontologie.

Ses exigences en matière de transparence et lutte contre la corruption ont été renforcées par la promulgation de la loi dite « Sapin II » en décembre 2016.

Les ambitions du plan **Essentielle 2020**, notamment en matière de croissance internationale, de services financiers mobiles et du développement de l'Internet des objets, rendent encore plus impérieuses les exigences d'Orange en matière d'éthique, de lutte contre la corruption et de conformité.

C'est dans ce cadre qu'Orange poursuit une politique de tolérance zéro vis-à-vis de la corruption dans toutes ses activités et dans toutes ses géographies.

Nos objectifs dans ce domaine sont de consolider notre démarche Ethique et de renforcer notre programme de prévention de la corruption.

Nos réalisations 2017

La promulgation de la loi dite « Sapin II » en décembre 2016 a été l'occasion d'un travail important de revue de notre programme d'éthique et de prévention de la corruption afin de le rapprocher des exigences de son article 17 (soit l'établissement d'un code de conduite, d'un dispositif d'alerte interne, d'une cartographie des risques de corruption, des formations à ces risques et des procédures d'évaluation et de contrôle), en particulier :

le renouvellement de l'engagement de tolérance zéro à la corruption par Stéphane Richard et les membres du Comité Exécutif du Groupe et adoption dans les conseils d'administration de nos principales filiales d'une résolution de mise en conformité avec les exigences de la loi Sapin II ;

la poursuite des actions de communication et de sensibilisation dans tout le Groupe avec comme temps fort notre Séminaire « Ethics & Compliance day » qui s'est tenu pour l'ensemble du Groupe le 14 novembre 2017 ;

la mise à jour de notre « politique anticorruption du Groupe Orange », qui tient lieu de « code de conduite » au sens de l'article 17 de la loi dite « Sapin II » et qui a ce titre a été soumise aux instances représentatives du personnel d'Orange SA et de ses filiales en France. Cette 2ème version de notre politique anticorruption est progressivement intégrée aux différents règlements intérieurs après que les instances représentatives concernées ont rendu leur avis. Cette version a été communiquée en interne et en externe à l'occasion du Séminaire « Ethics & Compliance day » ;

l'élaboration de la « procédure de recueil des signalements » du dispositif d'alerte Groupe (whistleblowing) et communication dans le Groupe ;

l'élaboration d'un projet de document d'aide à l'analyse des risques de corruption dans la perspective d'aider les pays et entités significatives à mieux identifier leurs risques de corruption et à conduire des plans d'actions pour mieux maîtriser ;

la poursuite du déploiement de notre procédure de due diligence « fraude et compliance » dans les divisions et pays du Groupe ;

la poursuite de la communication de la procédure et du guide pratique de prévention et de gestion des conflits d'intérêts ;

la finalisation et le début du déploiement de la 2ème version de l'outil de déclaration et de validation managériale des dépassements de seuils pour les invitations et cadeaux ;

la mise à jour de nos parcours de formation à la prévention de la corruption et des supports associés ;

la mise à jour du questionnaire et exercice d'auto-évaluation par les (environ 80 entités) représentant l'ensemble des activités du Groupe, de la maturité de leur programme de prévention de la corruption. Le lancement en 2017 des premières « revues de compliance » permettent de valider les auto-évaluations et de poursuivre notre programme d'audits associés.

focus France

en 2017, la tenue de l'intranet Ethique & Compliance Orange France a permis de davantage mettre en visibilité des « guides éthiques métiers », en déclinaison de la charte de déontologie du Groupe (guides pour les métiers de la relation clients Grand-Public et Entreprises, les métiers techniques Système d'Information et réseaux, les managers et délégués) ; l'information des collaborateurs quant aux consignes relatives au code de conduite et au dispositif d'alerte présentée lors de la journée Groupe « Ethique & Compliance » en novembre 2017 a également été présentée en France lors de la convention des ventes en Octobre 2017.

L'application de la politique anti-corruption du groupe s'est traduite par le déploiement du guide sur les conflits d'intérêts et ses principes d'application chez Orange France, par l'adoption du nouveau code de conduite après consultation des Instances Représentatives du Personnel par la cartographie des métiers les plus exposés au risque de corruption et la construction de parcours de formation à l'anticorruption adaptés à cette cartographie.

L'analyse des infractions et manquement à l'éthique est réalisée à travers une nouvelle version de l'outil traitant les demandes d'autorisation relatives aux avantages reçus et offerts, et dès début 2018 par une nouvelle procédure issue de l'adaptation du dispositif d'alerte Sabatons Orley aux exigences de la loi « Sapin 2 ».

1.2 Respecter un devoir de vigilance

La loi du 27 mars 2017 « relative au devoir de vigilance » demande de mettre en œuvre un plan de vigilance relatif à l'activité. Ce plan doit comporter « les mesures de vigilance raisonnable propres à identifier les risques et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes ainsi qu'environnement, résultant des activités de la société et de celles qu'elle contrôle, (...) ainsi que des activités des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels est entretenue une relation commerciale établie ».

Il comprend une cartographie des risques, des procédures d'évaluation de la situation des filiales, des sous-traitants et des fournisseurs, des actions adaptées d'atténuation des risques ou de prévention des atteintes graves, un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements et un dispositif de suivi des mesures prises.

Le plan de vigilance d'Orange a été établi en décembre 2017, il est soumis aux diverses parties prenantes début 2018 pour application courant 2018 (ou en 2019 pour le dispositif de suivi). Il permet de compiler les mesures déjà prises en ces matières et décrits dans les paragraphes suivants.

1.3 Respecter et faire respecter les droits humains

Suivant les principes directeurs « Business and Human Rights » des Nations Unies, Orange s'est engagé à respecter et faire respecter les droits humains. Quatre domaines s'appliquent aux activités d'un opérateur international comme Orange : la relation avec ses collaborateurs, la relation avec les clients, la relation avec les fournisseurs et sous-traitants et enfin la protection de la vie privée et de la liberté d'expression.

Les pistes de progrès identifiées par Orange pour les exercices à venir sont :

- l'amélioration de la connaissance de nos impacts dans ces domaines sur l'ensemble de nos pays d'opération.
- un accompagnement des salariés vers une conscience plus fine des enjeux liés aux droits humains avec notamment le déploiement d'outils d'apprentissage ad hoc.

Nos réalisations 2017

promotion des droits humains dans le secteur des TIC

2016 a été l'année du rapprochement entre "Telecommunication Industry Dialogue" (TID) qui regroupe huit opérateurs et équipementiers de télécommunication internationaux et la "Global Network Initiative" (GNI) acteur reconnu dans ce domaine, et incluant des opérateurs fournisseurs d'accès à Internet, des ONG, des universitaires et des investisseurs socialement responsables. La fusion entre ces 2 organisations a eu lieu en mars 2017. Orange est au board de la nouvelle entité.

en tant que membre de la GNI, Orange produit un reporting tous les 2 ans sur la mise en œuvre des principes directeurs et une description des cas d'usage dans les pays <https://www.orange.com/Engagements/Responsabilite/Notre-engagement-responsable/Folder/Droits-Humains/Folder/les-10-principes-directeurs-du-TID-et-les-actions-d-Orange-correspondantes>. L'année 2017 a donné lieu à une auto-évaluation, la première reporting audité verra sur les données 2018.

Orange participe activement aux groupes de travail sur les notions de contenu extrémiste sur internet et plus récemment sur les problèmes liés à la demande de gouvernements de couper les réseaux (internet, fixe, mobile, SMS). Une déclaration conjointe a été rédigée au sein de la TID et la GNI pour définir le positionnement des opérateurs face à ces demandes de coupures de réseaux et de services. <http://www.telecomindustrydialogue.org/wp-content/uploads/GNI-TID-Joint-Statement-Network-and-Service-Shutdowns-FR-EN-17.pdf>.

en France, participation active d'Orange, en tant que co-rapporteur, à la Plateforme RSE (dépendant du Premier Ministre), pour l'élaboration du plan national d'action française de mise en application des principes directeurs des Nations Unies en matière de droits humains.

rapport de transparence

Orange en particulier a connu en 2016 et en 2017 une recrudescence de demandes de coupures qui entraînent non seulement des manquements à la liberté d'expression et de la vie privée, mais également de sévères pertes économiques pour le pays, les personnes et l'entreprise. Dans tous les cas, Orange s'est assuré que les processus de demande étaient respectés, en particulier qu'une demande officielle et écrite émanant des autorités compétentes a été reçue.

Orange a publié un rapport qui recense les demandes faites par les gouvernements en termes d'écoutes et de régulations : https://www.orange.com/fr/content/download/4202/131500/version/2/file/2017%20RAPPORT%20DE%20TRANSPARENCE_20_06_2017_final.pdf

poursuite de l'évaluation des impacts du Groupe en matière de droits humains

Orange a réalisé la mise à jour annuelle de l'évaluation des risques en matière de droits humains dans les différents géographes, en utilisant une méthodologie basée sur les standards du IONU et de l'OCDE, créée par un cabinet externe, Votarak Magalotik.

Orange a participé pour la 3ème fois à l'évaluation spécifique menée par l'organisation

Rankings Digital Rights (<https://rankingsdigitalrights.org/>), sur la protection de la vie privée et de la liberté d'expression par les 22 plus grands acteurs mondiaux du domaine des TIC. Orange se classe 4e sur les 10 entreprises de télécommunications évaluées. L'analyse de ces résultats nous permettrait d'améliorer nos procédures et de renforcer le dialogue interne sur le sujet.

En 2017, Orange a également renforcé son reporting sur les droits humains

- d'une part en publiant son premier rapport consacré à ce sujet, élaboré selon un cadre de reporting conforme aux Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux Droits de l'Homme. https://www.orange.com/fr/content/download/4533/1348004/version/7/file/Rapport+2016+Orange+Droits+Humains+DIGITAL_VF.pdf
- et d'autre part en publiant sa première Déclaration relative à l'esclavage moderne https://www.orange.com/fr/content/download/4290/1310479/version/4/file/MSA_D%20C3%A4claration_10_05_2017_final.pdf

sensibilisation des salariés

Orange a participé à la préparation d'un e-learning spécialisé au sein d'EDH (Entreprises pour les Droits Humains), une organisation regroupant 17 des plus grandes entreprises françaises, cet e-learning a été déployé sur deux plateformes de formation utilisées par les employés d'Orange et disponible dans plus de 90% des pays du Groupe, en versions française, anglaise et tchèque. En 2017, 128 employés ont participé à cette formation.

Orange a également attiré l'attention des employés du Groupe sur l'importance du respect des droits de l'homme dans le monde des affaires, à l'occasion de la Journée Internationale des Droits de l'Homme (décembre 2017), lors des séminaires organisés pour les correspondants RSE dans les filiales (filiales européennes en février 2017, tous les correspondants RSE du Groupe en juin 2017).

1.4 Renforcer l'appropriation interne des enjeux de responsabilité

Faisant partie intégrante de la dynamique d'entreprise, sur laquelle repose le plan stratégique Essentiels2020, la notion de responsabilité doit être assumée au sein de toutes les activités et métiers de chacun. À cette fin, les sessions de sensibilisation générale comme les formations spécifiques par métier doivent encore être renforcées.

Nos réalisations 2017

Etudes Marketing du Sens

Une étude sur l'appréciation par les clients de la démarche RSE d'Orange a été menée sur un panel de 900 clients en France, Espagne et Pologne, permettant de dégager d'une part les principaux axes de préoccupations du grand public ainsi que ses attentes vis-à-vis d'Orange. Pas assez connues, les actions RSE d'Orange une fois exposées emportent cependant une large adhésion et un fort taux de satisfaction. Celles-ci participent à la valorisation de la marque Orange. Selon le cabinet conseil en stratégie et évaluation de la marque Brand Finance, qui a publié le 1^{er} février 2018 son classement des marques les plus valorisées au monde en 2018, Orange se positionne en 51^{ème} position (52^{ème} en 2017) et 8^{ème} position des marques du secteur télécom dans le monde.

Les clients engagent Orange à mieux faire connaître ses actions, que ce soit dans le domaine de la protection de l'environnement, de la protection des données personnelles ou encore des actions sociales ou du soutien à l'entrepreneuriat, puis à ne pas hésiter à engager de façon plus visible ses salariés et impliquer les clients dans ses actions de nature à influencer de façon positive la société.

Webinaires du marketing du sens

Le Groupe a lancé en septembre 2017 une série de webinaires sur 5 thèmes de responsabilité afin d'inspirer la communauté Orange marketing sur les enjeux de responsabilité et de débattre sur la transposition de bonnes pratiques dans l'univers Orange.

Les 5 thèmes proposés sont les suivants :

- « le choix positif » : les marques ne laissent plus d'autres options à leurs clients que de consommer responsable.
- « la transparence » : les marques appréciées sont celles qui assument, voire revendiquent ce qu'elles sont et ce qu'elles font.
- « l'économie circulaire » : nouvelle vision du produit, plus optimiste et plus performante. Une occasion unique pour les marques de renforcer leur impact positif sur le monde qui les entoure.
- « l'accompagnement sur les bons usages du numérique » : les marques doivent ainsi de véritables partenaires de modes de vie. Une nouvelle manière pour elles de s'ancrer dans le quotidien de leurs clients.
- « donner du sens à la marque » : de plus en plus sollicités par leurs différents publics, les marques se posent des questions fondamentales qui les amènent souvent à redéfinir leur(s) valeur(s), leur contribution à la société.

Les webinaires sont proposés via une plateforme, sur un format d'une heure et concernent l'ensemble des marketeurs du Groupe Orange. Chaque webinaire rassemble une dizaine de participants pour favoriser les débats. Ils sont structurés en 3 parties : (1) constats chiffres du marché et présentation du concept abordé, (2) illustration du concept par quelques bonnes pratiques d'entreprises et (3) débat entre participants.

Fin 2017, une vingtaine de webinaires ont permis de toucher 200 collaborateurs.

Présentations plénières

Des présentations sous forme de conférences plénières ont été organisées à destination de la communauté marketing du groupe afin de les familiariser avec les enjeux de marketing responsable, dont la restitution de l'étude OrangeBVA sur les marques bienveillantes en France, la restitution des principaux enseignements de l'étude Orange Vision sur l'appréciation des clients en France, Espagne et Pologne de la démarche RSE d'Orange, ou encore la blockchain et son impact sur le monde numérique.

Parcours Innovation

Les enjeux de responsabilité sont pris en compte dans le parcours d'innovation du TechnoCentre d'Orange (TTC). A plusieurs moments clés du processus d'innovation, les chefs de produit doivent répondre à un ensemble de questions sur la nature de leur projet. Les questions sont accompagnées de recommandations et concernent les enjeux suivants :

- la complexité des produits et des offres, le degré de compétences numériques requises des clients,
- l'inclusion numérique sur des critères géographique, culturel, économique, ou lié à un handicap,
- la protection des données personnelles.

- les usages sûrs et responsables des produits et services, notamment par les personnes les plus vulnérables, dont les mineurs,
- les attentes à la santé, les expositions aux ondes radio, le temps passé devant les écrans.

Des réunions dédiées sont organisées en tant que de besoin entre les experts RSE et les chefs de produit en charge des projets d'innovation pour améliorer le niveau de responsabilité de leur produit. Les revues de validation d'un produit prennent en compte, tout au long du processus d'innovation, l'évaluation des niveaux de criticité de ces enjeux de responsabilité.

1.5 Ajuster nos politiques RSE aux attentes des parties prenantes

Orange appuie sa démarche RSE sur un dialogue continu et structuré avec l'ensemble de ses parties prenantes. Basé sur les principes de la norme AA1000 (inclusion – matérialité – réactivité) cette écoute active permet :

- d'assurer la cohérence des projets RSE du Groupe avec les priorités des parties prenantes ;
- d'identifier et de prioriser les risques liés aux enjeux sociaux et environnementaux des pays dans lesquels Orange exerce ses activités, s'affichant en particulier à détecter les "signaux faibles" ;
- d'identifier des opportunités d'innovation ouvrant de nouvelles perspectives de croissance pour Orange tout en soutenant le développement économique et social des pays.

Bien que la quasi-totalité des pays ait déjà mené à bien des dialogues, certains pays, notamment ceux dans lesquels Orange a récemment investi, doivent encore mettre en œuvre leurs premières sessions. Ailleurs, la relance de sessions à intervalles régulières permet d'ajuster les politiques aux nouveaux risques ou opportunités identifiés.

Des dialogues thématiques ont été menés (lemmes et TIC, enfants et technologies), ils doivent toutefois être encore approfondis et d'autres enjeux majeurs pour Orange seront régulièrement identifiés et traités de même. Certains enjeux revêtant un caractère transverse et particulièrement investit par le groupe font l'objet d'une démarche tant globale et que multi-locale.

Nos réalisations 2017

Orange s'est vu remettre lors du concours **Trophées RSE** (en décembre 2017) un prix pour la qualité de son dialogue parties prenantes.

Orange souhaite donner à chacun les moyens de mieux comprendre les changements induits par le numérique et en faire un élément de transformation positive. Dans ce cadre, Orange mène une veille active de tous ces changements, notamment à travers des think tanks, des ateliers collaboratifs ou la co-animation de la plateforme collaborative ouverte, le **Digital Society Forum** (DSF), avec d'autres acteurs de la société civile. <http://digital-society-forum.orange.com/fr>

Dialogue par pays

le dialogue Maroc a été amorcé et sera certainement lancé ultérieurement. Les nouvelles filiales Sierra Leone, Burkina Faso et Libéria devraient amorcer leur démarche RSE avec un premier dialogue.

Dialogues par thème

- un 3ème dialogue « Femmes et TIC » a été entériné en Guinée ;
- le dialogue « eSanté » mené au Sénégal (décembre 2016-début 2017), en zone urbaine et rurale auprès des professionnels de santé du secteur public et privé, des autorités, et de patients, a montré de fortes attentes en matière de services de diagnostic et suivi médical à distance, et de formation du personnel médical.

Dialogue Groupe

- La Pologne a décliné en juin 2017 le dialogue Groupe « diversité et égalité professionnelle » à son contexte local

- le dialogue sur l'économie circulaire lancé en 2016 s'est terminé en 2017, avec un focus dans quatre pays : France, Pologne, Egypte et Espagne. Les résultats du dialogue ont été analysés puis restitués à un certain nombre de parties prenantes. Les attentes des parties prenantes ont été classées en relation avec les 3 axes suivants : transformer les produits et services livrés à nos clients, adapter nos processus et nos réseaux en interne, développer les innovations TIC pour promouvoir l'économie circulaire au sein de la société. Le dialogue a montré que les attentes les plus fortes concernent l'acceptation des produits spécifiques par Orange et l'extension du cycle de vie des produits. En France, 23 consultations en face à face ont été réalisées

- un "Callé numérique" sur l'économie circulaire a été lancé en France pendant la COP22 de 2016 sous forme de chat vidéo interactif avec un représentant du Comité Exécutif et de la Fondation Ellen MacArthur (plus de 600 participants connectés issus de 26 pays (70% parties prenantes externes, 30% de salariés). La restitution des travaux de la société civile, des entretiens en face à face avec des acteurs stratégiques en interne et externe et des ateliers associant experts et salariés a eu lieu en mai 2017.

- un nouveau dialogue a été lancé en octobre 2017 sur le thème « précarité et numérique », sous la forme d'un callé numérique, de différents entretiens, brassant les échanges de 150 parties prenantes. Un atelier créé avec des parties prenantes (associations, personnel d'Orange) a commencé à proposer des formes de solutions ou d'identifier les manques actuels, un groupe d'experts composé d'Emmanuel Comand (Vilacchava), ANSA, de responsables RSE d'Orange et de Renault a permis un premier test en réel du dialogue. Un premier groupe de bénéficiaires (jeunes en insertion) a été monté en décembre 2017. La restitution du dialogue « précarité et numérique » aura lieu en juin 2018.

Pourvu de travaux du Digital Society Forum

- le nouveau thème proposé en 2017 était celui de la santé. Une table ronde « La santé à l'heure du numérique » a eu lieu le 19 décembre 2017 au Muséum d'histoire naturelle.

- pour enrichir la thématique des migrations, une conférence-débat sur le thème « Numérique et diasporas » a été organisé à l'Institut du Monde Arabe le 27 juin 2017 dans le cadre d'un partenariat France-Afrique. Elle a fait l'objet d'une publication en septembre 2017.

- des ateliers et rencontres sur les nouvelles formes d'apprentissage, le numérique et l'engagement citoyen, la place du numérique au travail ont été organisés en France, la contribution des ateliers se retrouve sur le portail des Etats généraux des Généralistes Futures.

Le DSF a fait l'objet de sessions lors d'événements partenaires, comme le « LH Future Forum », « Africa is calling you », « Forum des Interconnectés », « Festival d'Avignon », « Drome Digital Day », « Journée des Diasporas », « Yozoch ». Pour enrichir le réseau régional, des Journées de Formation des ambassadeurs du DSF ont eu lieu en septembre 2017.

La communauté en ligne du DSF compte 4 494 abonnés sur Facebook et 6 021 sur Twitter, 4 y a eu 6 465 visiteurs uniques sur le site web fin novembre 2017.

Développement et Internationalisation du Digital Society Forum

La seconde édition du Digital Society Forum a eu lieu au Sénégal (déploiement avec un grand événement de lancement du thème « le numérique au service de la santé » le 25 octobre 2017 à Dakar.

focus France

Dispositif d'écoute et de dialogue parties prenantes

Suite à la dernière consultation biannuelle de nos parties prenantes fin 2016, un comité RSE (en janvier 2017), puis le comité de direction d'Orange France (en février 2017) ont validé des plans

d'actions 2017 basés sur les enjeux d'accompagnement numérique des publics d'Orange, la contribution au développement socio-économique des territoires, la lutte contre les fractures numériques, et la valorisation du rôle d'employeur responsable d'Orange.

Relation avec les associations

Orange France mène un dialogue permanent avec les associations de consommateurs, tant au niveau national qu'au niveau régional, et a attribué un interlocuteur dédié à leur écoute. Des rencontres biannuelles entre les membres du comité de direction et les représentants nationaux des associations de consommateurs et des associations spécialisées dans le numérique et la protection des enfants sont organisées. Toujours dans une démarche d'amélioration de ce dialogue, Orange France a créé une interface digitale dédiée pour ces interlocuteurs.

Relation avec les clients, les associations locales, les pouvoirs publics

Orange France organise régulièrement des backstages ouverts à tous sur des sujets liés à l'innovation et à la RSE. En 2017, des backstages ont eu lieu sur les thèmes suivants : le climat, l'énergie et le développement durable, femmes et Afrique, l'entrepreneuriat, l'optimisme, citizenship, reprogramme ton bureau pour réfléchir aux nouveaux environnements de travail de demain. Ces backstages réunissent environ 100 personnes par session, clients d'entreprise, startups, indépendants, personnes au chômage, étudiants.

Ils permettent de créer des solutions innovantes en open innovation et selon les méthodes des start up, sollicitant des problèmes issus de thématiques RSE. Ils sont accessibles à tous par inscription via le site web d'Orange business services.

Relations avec les clients entreprises sur les sujets RSE

Les coaches RSE, répartis dans chacune des 13 agences Entreprises en France, répondent à toutes les questions des clients d'Orange sur les sujets de la RSE. Plus de 30 rencontres locales en face à face ont eu lieu en 2017, ainsi que des ateliers locaux (communication sur les ondes, le handicap, la récupération des métaux, ...).

Orange Business Services a mis au point une formation spécifique RSE pour les forces commerciales afin d'expliquer les certifications, les démarches volontaires ou obligatoires, les réglementations du marché, ainsi que les bonnes pratiques à mettre en œuvre. Cette formation a été suivie par 60 commerciaux de deux agences entreprises testés en 2017.

Communication responsable

Orange France a renouvelé en 2017 son adhésion à la Charte d'engagements des annonceurs pour la communication responsable de l'Union Des Annonceurs en signant le nouveau programme FAIRE, rassemblant 15 engagements pour une communication responsable.

1.7 Calcul de l'empreinte sociale d'Orange

Il s'agit de mesurer et de communiquer sur la valeur ajoutée et d'emplois créés par Orange sur les territoires. L'engagement local d'Orange (à travers les achats et l'impact sur le développement économique local) et sa différenciation par rapport à nos concurrents.

Le calcul de cette valeur sociale a été entrepris en 2017 en France et au Niger, avec l'aide des cabinets d'économistes Goodwill et Utopia. Trois types de création de valeur sociale ont été distingués :

- l'empreinte économique locale (dite aussi empreinte corporative), utilisant les matrices input/output (flux monétaires impactant les territoires d'implantation d'une organisation) ;

payant un apport initial, puis une mensualité comprise entre 2€ et 8€ pendant 24 mois (<http://ressources.orange.fr/assistance/commerciaux/la-lecture-ils-sont-croquer-payer-la-facture-mogler-la-facture-telecom-moblie-qa-remont-et-mensualites-71893-72750>)

Le Fonds de Solidarité Logement (FSL), qui a pour objectif de faire valoir notre volonté de partenariat économique de proximité auprès des instances solidaires en combattant la précarité numérique. Des conventions ont été signées par 56 départements en 2017, et 35 partenariats sont en cours de signature. Orange a signé la première convention avec une métropole, la Métropole Européenne de Lille (MEL) en juillet 2017, et une expérimentation a été lancée dans le cadre de la loi République Numérique sur 3 départements.

l'offre sociale Internet, disponible jusqu'à présent en ADSL, aux clients Fibre de Métropole

En France, Orange Studios assure l'établissement et le suivi de centres multimédias dans les petites villes et les villages. Cette initiative a pour but de favoriser l'accès à la technologie, de permettre aux habitants de renforcer leurs compétences numériques et d'offrir à ces derniers un espace dédié aux activités communes. Il existe 100 Orange Studios en Pologne. Chacun d'entre eux est équipé d'ordinateurs, d'un accès gratuit à Internet, d'une console de jeu, d'un téléviseur LCD et de tout le mobilier nécessaire. 900 000 Polonais peuvent aujourd'hui bénéficier des services offerts par les Orange Studios.

La Fondation Orange aide les responsables des ateliers à diriger les centres communautaires, à diversifier leur offre et à favoriser le développement des communautés locales. Nous organisons pour ces responsables des formations, des webinaires, des programmes de tutorat et octroyons des aides financières pour la mise en œuvre de projets sociaux et éducatifs (par ex. des ateliers de programmation).

En Roumanie, les smart shops d'Orange sur tout le territoire roumain offrent des expériences d'apprentissage et des expositions interactives en magasin pour tous les niveaux et tous les âges. <http://entrant.com/infraorange/fr/Pages/tech-10072017.aspx>

2.1.2 Gérer les données clients en toute confiance et aider nos clients à protéger leurs données

2017 a vu le renforcement de la gouvernance du Groupe sur les données personnelles et la mise en valeur de la démarche de gestion responsable et légitime des données clients qui a toujours prévalu dans le Groupe.

Une réforme européenne des règles de protection des données personnelles entrera en vigueur le 25 Mai 2018, elle vise à harmoniser la gestion de la protection des données personnelles en Europe, tous secteurs confondus, et à renforcer les droits des consommateurs, notamment en matière de transparence.

Le Data Strategy Governance Board, qui dépend du comité exécutif du Groupe, est le garant du principe fondamental de l'utilisation légitime et responsable des données personnelles que les clients confient à Orange. Au-delà de la conformité avec le cadre réglementaire, en particulier le nouveau Règlement Général sur la Protection des Données, Orange entend maintenir un lien étroit de confiance avec ses clients, dont la préoccupation vis-à-vis de l'utilisation des données personnelles par les entreprises va croissant.

Nos réalisations 2017

Des Data Protection Officers ont été nommés dans toutes les Maisons européennes du Groupe (y compris la Moldavie et Orange Business Service) et des référents Protection des données personnelles ont été identifiés dans les pays de la zone MEA, garantissant le respect de la

- l'empreinte territoriale, incluant le supplément de création de valeur généré par l'utilisation de des infrastructures, des produits et services d'Orange ;
- l'empreinte socio-économique élargie, incluant la valeur sociale ajoutée (externales des actions RSE et Fondation Orange).

Nos réalisations 2017

Le résultat de ce travail permet de déterminer que les implantations d'Orange créent un supplément de richesse se traduisant par exemple par un nombre d'emplois soutenus allant de 4 fois le nombre d'employés pour la France à 40 fois pour le Niger, en 2017. Les empreintes territoriales (création de valeur liée à l'utilisation des infrastructures d'Orange) et socio-économique élargie (SROI des projets sociaux) doublent (au minimum) l'empreinte économique locale directe (achats, salaires, ...).

2 Orange, opérateur de confiance

Orange a pour ambition d'être un partenaire de confiance pour un monde numérique positif, simple, sûr, serein pour tous.

2.1 Accompagner nos clients dans leur vie numérique

Orange s'appuie sur la qualité de ses produits et services, et accompagne ses clients dans leurs usages, pour leur permettre de bénéficier d'une innovation numérique personnalisée, en toute sérénité et simplicité.

2.1.1 Offrir une expérience client incomparable

Orange déploie un programme de transformation interne structuré autour de la valorisation du réseau et des services, la digitalisation qui permet de fluidifier la relation client et de la personnaliser, la simplification, source de sérénité pour le client et d'une meilleure efficacité interne.

Orange s'appuie sur un levier technologique, qui lui donne accès à la connaissance individualisée de ses clients pour personnaliser sa relation, ainsi que les offres de produits et services, et un levier humain et culturel, qui vise à déployer une culture de l'amélioration continue axée sur l'écoute de la voix des collaborateurs et de la voix des clients.

Indicateur Groupe : devenir et rester n° 1 en NPS pour 3 clients sur 4 ici à 2018
Pourcentage de clients qui classent Orange n°1 en recommandation :
- 2015 : 47%
- 2016 : 55%
- 2017 : 68%

Nos réalisations 2017

En France, l'« Etalonnage Mobile » permet aux clients « petit forfait » de s'équiper de mobile en